

全域旅游视角下的互联网+岳阳市休闲旅游产品竞争力探究

刘 璨

(岳阳职业技术学院, 湖南 岳阳 414000)

摘要: 随着岳阳全域旅游的全面铺开,岳阳市休闲旅游产品在“一极三宜”江湖名城发展战略中显得尤为重要。通过逐步实现互联网+旅游产品深度对接,推动岳阳市休闲旅游产品换挡升级,为岳阳市旅游产品网上互联互通快速发展建立优质高效的服务通道。特别就岳阳市休闲旅游产品竞争力提出几点思考。

关键词: 全域旅游;互联网+旅游;岳阳市休闲旅游产品;竞争力

湖南省旅游局对岳阳旅游的发展明确指出岳阳发展全域旅游要以生态做基础,以文化做内容,以旅游做市场,以互联网和金融作支撑,推进生态、文化、旅游、互联网、金融“五位一体”融合发展,不断开发推出旅游新业态新产品。在2018年岳阳全域旅游提质发展年中,岳阳市全力推动互联网与岳阳旅游产业的全面融合,搭建岳阳智慧旅游平台,与腾讯公司以及阿里巴巴飞猪集团合作,运用飞猪等旅游平台线上推广岳阳旅游产品。通过逐步实现互联网+旅游产品深度对接,推动岳阳市景区旅游产品换挡升级,为岳阳市旅游产品网上互联互通快速发展建立优质高效的服务通道。

一、岳阳市休闲旅游产品竞争力提升必要性

全国、全省全域旅游模式近两年来发展如雨后春笋,借鉴互联网+模式进行推广旅游休闲产品更是不胜枚举。岳阳休闲旅游发展仅依靠先进的智慧旅游平台等渠道,却没有适销对路的旅游休闲产品及产品群,互联网+的模式引入将是一纸空谈。岳阳要发展全域旅游并能异军突起,休闲旅游产品需要借助互联网+模式进行换挡升级,还必须贴合目标旅游消费人群需要,瞄准目标消费群体,整合岳阳市休闲旅游产品资源、开发特色鲜明的休闲旅游产品、优化城市休闲旅游产业结构、丰富自身旅游休闲产品内涵,提升休闲旅游产品的价值,从而满足休闲旅游者的需求,最终提升市场竞争力。

二、岳阳市休闲旅游产品现状

岳阳休闲旅游发展势头强劲,每年以数百家速度增加,休闲旅游产品呈现百花齐放的局面。伴随着岳阳市周边旅游休闲者日趋成熟的心态和对高品质旅游的内在追求,休闲旅游产品早期浅层次的开发和传统营销已出现疲软状态,岳阳市大多数休闲旅游企业只是昙花一现。主要表现为以下几个方面:

(一) 休闲旅游产品市场定位模糊,目标市场不明确

休闲旅游产品市场定位模糊、目标市场不明确是当前岳阳市休闲旅游产品存在的首要问题。岳阳市大多数农业休闲旅游产品构成的主要要素是农业休闲旅游资源,经营的基本项目是钓鱼、住宿、打牌、卡拉OK等,仅仅是把城市休闲的活动换了个场所,

显然无市场号召力和影响力,也无法提升企业的知名度,产品定位模糊,市场不明确,没有稳定的市场消费群。休闲旅游产品市场定位模糊和目标市场不明确,表现在未对周边城市游客市场进行调研,没有对周边城市游客需求进行深层次分析与找出主体消费群。休闲旅游产品主要卖给谁,如何卖,不清晰、不明确。

(二) 休闲旅游产品未结合目标消费群设计开发

当前岳阳市休闲旅游产品是把主体消费群定位在周边城市居民,对市场进行了粗放式细分,因为钻研理解不深,设计产品对目标消费群并未形成大的吸引力。表现在休闲旅游产品的构成部分中的配套服务设施不完善、旅游项目单一、休闲旅游服务人员的素质低下和管理方法陈旧,这些均难以满足目标消费群的需求。企业未结合自身旅游资源优势,设计也未针对主体目标消费群体,导致产品无特色,产品替代性强,无法在休闲消费者心目中形成印象,从而使产品的信誉度不高,导致产品无市场竞争力。

(三) 休闲旅游产品简单化、同质化,且结构单一

休闲农业旅游企业不重视开发研制过程,产品开发上存在短腿现象。盲目照搬其他产品,如“农家乐”形势良好,吃农家饭、采摘农家菜就照搬下来;户外休闲运动呼声高,就马上拿来。从而出现岳阳市内几乎所有的休闲农业旅游企业的产品都大同小异,产品简单化、同质化。休闲农业旅游产品结构单一,表现在休闲旅游产品内容形式上不活跃,内容简单,未进行休闲旅游产品内容要素的组合设计。

(四) 互联网+旅游与休闲旅游产品未进行深度融合

岳阳市休闲旅游产品缺乏良好产品包装。缺乏产品包装和推广是当前存在的主要问题。以目前岳阳市推出的星级休闲农业庄园为例,能让周边城市居民铭记于心的休闲农业庄园几乎很少。许多休闲旅游产品或者休闲企业相关信息非常少,仅依靠口头宣传,或少数简单的互联网方式进行预订,谈不上形象推广。岳阳市休闲旅游产品同时还缺乏制订专业的系统的产品促销计划。原有的休闲旅游产品市场不稳固,新开发的休闲旅游产品默默无闻,产品呈现生命周期短,甚至很多休闲旅游产品尚未完全投放市场就已经夭折。

与此同时,岳阳市休闲旅游产品几乎是倚重休闲旅游企业本身进行销售,而基本上没有或很少通过中间商、代理中间商、辅助商,通过互联网+旅游进行销售更是凤毛麟角。

三、岳阳市休闲旅游企业产品市场竞争力的思考

(一) 找准目标市场和消费群体,确立核心竞争力产品

企业做好市场调研,分析找准主要的目标市场,目标消费群体,确立核心竞争力产品是发展旅游企业的关键。必须结合现状和消费群体进行市场调研,根据消费层次确定目标消费群体,依据地

域经济发展态势,确定核心竞争力产品。

当前休闲旅游市场依据消费群体的消费层次可划分为高、中、低端三个市场。如湖南岳阳市在湖滨地段建立4000多亩的结合运动休闲、周末度假、会议、旅游、现代居家等多种功能发展、多样化的休闲旅游生态区,面对的就是中高端的消费群体;湖南岳阳市君山区的休闲农业旅游,面对的是集中来君山旅游的外地客人,顺带来此体验农家乐形式的中低端旅游客户和岳阳城区人口;岳阳市成立的各类型的户外俱乐部,面向的是较年轻的、消费能力中等以上的目标客户。

作为休闲旅游企业找到一至两个主要市场,开发带动一两个细分市场,成功地把自己的休闲旅游产品推介出去,建成规模并建立自己的品牌。核心竞争力产品则必须结合企业自身的资源进行开发,并在投入生产前进行试销,以确保产品的质量和销售量,以及客户对产品的需求,从而逐渐提升,形成核心产品。

(二) 挖掘地域文化特点,扩展现有休闲旅游产品的内涵

各地域都有不同的传统文化,其底蕴深厚,源远流长。休闲旅游产品的开发,应充分利用和挖掘传统文化内涵,做到相互渗透。同时结合季节的变化,进行设计与开发生产,避免出现明显的淡旺季之分。

根据现有的旅游资源,开发原生态产品的同时,引入民俗风情类产品 and 时尚类产品。如加入定向越野、生存游戏、漂流、冲浪、空中滑翔等个性和时尚的旅游形式,推出“教你编织和使用农具”等项目来丰富旅游产品,引入当地有名的民俗饮食文化,如“包粽子”,岳阳长乐镇的长乐故事会的“踩高跷”等项目,尽量避免出现单一的采摘、品尝当地农家美食,尽可能地使内容拓展,内涵深厚,形成丰富多彩的活动形式。可以利用丰厚的文化遗产和风景秀丽的自然景观,结合岳阳的地域特点,以及丰富的经济资源,开设如泛舟、赏荷、采莲、摘茶、制茶、品茶、赏文、赛诗等活动,扩展现有景观的内涵,从而做出新产品。

(三) 对休闲旅游产品进行全方位包装,加深互联网+旅游的融入

休闲旅游产品再好也怕无人问津,包装休闲旅游产品成为一个重要的措施。产品推广上不能仅依靠简单的人员促销和平面广告进行推广。以自身特色为出发点,休闲旅游企业设计自己的旅游形象,通过互联网等多种媒体上进行促销宣传,如抖音和互联网平台等。

在2018年岳阳全域旅游提质发展年中,岳阳市全力推动互联网与岳阳旅游产业的全面融合,搭建岳阳智慧旅游平台,与腾讯公司以及阿里巴巴飞猪集团合作,运用飞猪等旅游平台线上推广岳阳旅游产品。这是岳阳市休闲旅游互联网发展的不可多得的机遇,休闲旅游企业必须牢牢抓住契机。

(四) 休闲旅游企业运作管理的专业化

休闲旅游企业应当重视专业化管理,对管理层次和管理机构进行严密思考和布局。作为休闲旅游的经营者和管理者需要定期接受培训和对新业态进行系统学习。需要聘请专业的有经验的星级酒店管理人员在餐饮、住宿上进行高规格的培训,使服务员的

服务水平和星级休闲企业的硬件设施协调发展。制定相应的培训计划,把服务人员和管理人员分期进行培训,不断提升和巩固服务水准和管理水平。特别是大型的休闲旅游企业,要形成良好的企业制度,并形成制度管人的良好运作模式。这样可以为企业的可持续发展添砖加瓦。

(五) 寻求政府支持,地方配合,加强配套设施建设

岳阳市对君山区发展休闲旅游相当重视,指出重点是要立足基础,结合君山岛的开发,做好整体规划,加强基础设施建设,狠抓管理,形成集中连片、特色鲜明的休闲旅游区,扩大旅游内涵,做强休闲旅游品牌。休闲旅游企业应当看准时机,根据发展态势,借助当地政府的政策,加强交通等公用设施的配套建设,对其产品进行宣传推广。而且不少地方政府也积极做起“推销员”把“农家乐”发展作为重点列入景点、景区、旅游线路推荐名录,统一包装营销;有些城区还把“农家乐”制成光碟、旅游指南宣传品,并与学校企业合作,设立了大学生实训基地,开展了一系列活动,有效地提高了“农家乐”的知名度。

四、结语

总之,随着旅游产业的不断发展与变化,随着人们对旅游休闲产品新的需求,旅游休闲产品应根据市场发展态势,结合地域特点、结合历史文化遗产,结合现有的自然景观,结合当地经济资源,切实可行地制定产品计划、开发新的产品并确立有效的营销策略,打造出休闲旅游产品的精湛品牌,推动休闲旅游的进一步发展。可以肯定,只要拓展休闲旅游产品的内涵,提高其产品质量和服务质量,岳阳市休闲旅游将会出现可喜的局面,前景将十分广阔。

参考文献:

- [1] 雷海东.运用“互联网+旅游”共享经济创新发展模式升级旅游经济产业[J].福建教育学院学报,2017(58).
- [2] 刘低炉.全域旅游视野下的健康养生旅游产业发展策略[J].旅游管理研究,2019(2).
- [3] 戴伟明.全域旅游视角的大都市近郊文化休闲旅游目的地开发模式研究——以长辛店镇为例[D].广西师范大学,2016(5).
- [4] 周怡岑.“全域旅游”背景下湖南实施旅游强省战略的思路、重点和政策建议[J].湖南工业职业技术学院学报,2018(8).
- [5] 陶李.浙江:用“智慧”助力全域旅游发展[N].中国旅游报,2016-11-25(01).
- [6] 李华京,王亚辉.全域旅游视域下旅游公共服务发展研究——以环洞庭湖经济区为例[J].人文天下,2019(2).

该论文为岳阳市社科联课题《全域旅游视角下的互联网+岳阳市休闲旅游产品竞争力策略研究》研究阶段性成果(课题编号:2019Y78)。

作者简介:刘璨(1981-),女,湖南岳阳人,岳阳职业技术学院旅游专业教师,管理学硕士。研究方向为高职旅游教育、旅游产品开发。